

## **BAB III**

### **METODELOGI PENELITIAN**

#### **A Setting Penelitian**

Penelitian ini berlokasi di Jalan Ariodilah 4 Palembang dan menjadi subjek dalam penelitian ini adalah yang membeli laptop Toshiba pada CV. Pejuang Komputer Palembang .

#### **B Desain Penelitian**

Desain penelitian ini merupakan bentuk rencana tentang cara mengumpulkan dan menganalisis data agar dapat dilaksanakan secara ekonomi dan serasi dengan tujuan penelitian.<sup>1</sup> Dalam desain penelitian ini umumnya berhubungan dengan sebab-akibat (tersebut) sudah dapat diprediksi oleh peneliti, sehingga peneliti dapat menyatakan klasifikasi variabel penyebab variabel antara dan variabel terikat.

#### **C Jenis dan Sumber Data**

##### **1. Jenis Penelitian**

Penelitian ini adalah penelitian yang menggunakan pendekatan kuantitatif. Data kuantitatif adalah data yang berbentuk angka atau data kuantitatif yang akan di angkakan.<sup>2</sup> Dalam penelitian ini data kuantitatif akan diperoleh dari pengisian kuesioner sebagai instrument penelitian.

---

<sup>1</sup> Masyhuri dan M. Zainuddin, *Metode Penelitian*. ( Malang Refika Aditama, 2011).  
hlm 61.

<sup>2</sup>Sugiyono. *Metode Penelitian Manajemen Cetakan Ke-4*. (Bandung : Alfabeta, 2015).

## 2. Sumber Data

Sumber data yang akan diperoleh dalam penelitian ini, yaitu berupa data primer. Data primer adalah data yang diperoleh atau yang dikumpulkan langsung di lapangan oleh orang yang melakukan penelitian atau yang bersangkutan yang memerlukannya.<sup>3</sup> Dalam penelitian ini data primer diperoleh dari hasil pengisian kuesioner yang diberikan kepada pembelian laptop Toshiba pada CV. Pejuang Komputer Palembang

## D Populasi dan Sampel

### 1. Populasi

Populasi adalah wilayah keseluruhan objek atau subjek yang berada pada suatu wilayah dan memenuhi syarat-syarat tertentu yang berkaitan dengan masalah penelitian. Populasi dapat diartikan wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.<sup>4</sup> Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh yang konsumen membeli laptop Toshiba pada CV. Pejuang Komputer Palembang. Berjumlah 510 orang.

### 2. Sampel

---

hlm 148.

<sup>3</sup> Misbahuddin dan Iqbal Hasan. *Analisis Data Penelitian Dengan Statistik Edisi Kedua*. (Jakarta: Bumi Aksara: 2014). hlm 22.

<sup>4</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methode)*, (Bandung: ALFABETA, 2015), Hlm 119

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Ada dua tehnik sampling yaitu probability Sampling dan *non probability Sampling*. *Non Probability sampling* yaitu teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel yang tidak memberikan peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel.<sup>5</sup>

Tehnik pengembilah sampel pada penelitian ini menggunakan metode *accidental sampling* yaitu teknik penentuan sample berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan atau insidental bertemu dengan penelitian dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui cocok dengan sumber data.<sup>6</sup> Peneliti mengambil teknik ini karena tidak semua orang yang membeli laptop di CV. Pejuang Komputer membeli laptop Toshiba. Sehingga tidak semua populasi memiliki kesempatan atau peluang yang sama untuk dijadikan sampel dalam penelitian ini.

Sampel merupakan bagian kecil dari suatu populasi karena keterbatasan waktu yang digunakan dalam penelitian ini, penelitian tidak dapat mengambil

---

<sup>5</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methode)*, (Bandung: ALFABETA, 2015), Hlm 120-125

<sup>6</sup> Sugiyono. *Op, Cit.* hlm 218.

semua populasi dan jumlah sampel yang di ambil untuk dijadikan responden dalam penelitian.<sup>7</sup>

Ukuran sampel ditentukan dengan menggunakan rumus Slovin yaitu teknik pengambilan sampel dimana penelitian menggunakan sampel dari populasi dengan rumus.<sup>8</sup>

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Dimana :

n = Jumlah sampel

N = Ukuran populasi

E = Taraf kesalahan pengambilan sampel yang masih bisa ditolelir dari jumlah populasi tersebut dari tingkat kesalahan sebesar 10% maka dirumuskan diatas diperoleh sampel sebesar.

510 = Adalah jumlah pelanggan selama 1 Tahun

sehingga jumlah sampel yang diperoleh adalah :

$$n = \frac{510}{1 + 510 (0,1)^2}$$

n = 83.60 dibulatkan menjadi 83

---

<sup>7</sup> Danang Sunyanto, *Praktik Riset Perilaku Konsumen (Teori, Kuesioner, Alat, Dan Analisis Data)*, (Yogyakarta: PT Buku Seru, 2014), Hlm. 152

<sup>8</sup> Maman Abdurhaman, dkk, *Dasar-dasar Metode Statistika untuk penelitian* (Bandung :CV, Pustaka Setia, 2011), hlm. 129

berdasarkan hasil perhitungan di atas, maka jumlah yang digunakan sebesar 83 sampel dari seluruh populasi ditentukan dengan menggunakan metode *accidental sampling*. Sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah, konsumen/pelanggan CV.Pejuang komputer Palembang yang membeli laptop Toshiba.

#### **A. Teknik Pengumpulan Data**

Kuesioner adalah daftar pertanyaan yang diberikan kepada orang lain dengan maksud agar orang yang diberikan tersebut bersedia memberikan respon sesuai dengan permintaan pengguna. Dalam kuesioner tersebut terdapat pertanyaan mengenai data diri responden serta pertanyaan dari indikator tiap-tiap variabel yang akan digunakan dalam penelitian.<sup>9</sup>

Kuesioner dalam penelitian ini menggunakan skala *likert*. Skala *likert* yang akan digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang mengenai fenomena sosial. Dengan skala *likert*, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk penyusunan item-item yang dapat berupa pertanyaan atau pernyataan.<sup>10</sup>

Adapun pengukuran sampel ini menggunakan 5 Skala *likert* yaitu :

#### **Tabel 3.1**

---

<sup>9</sup> Moh. Nazir, Metode Penelitian, ( Bogor, Ghalia Indonesia, 2011).hlm 203.

<sup>10</sup> Sugiyono. Metode Penelitian Manajemen Cetakan ke-5. (Bandung: CV Alfabeta: 2016).hlm 168

### Pedoman untuk Interpretasi terhadap Koefisien Korelasi

No	Item Instrument	Keterangan	Skor
1	SS	Sangat Setuju	5
2	S	Setuju	4
3	N	Netral	3
4	TS	Tidak Setuju	2
5	STS	Sangat Tidak Setuju	1

#### F. Variabel-variabel Penelitian

Variabel Penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang akan ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya.<sup>11</sup> Variabel yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari variabel dependen dan variabel independen.

##### 1. Variabel Bebas (Independen)

Variabel bebas (independen) adalah variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat). dalam penelitian ini terdapat tiga variabel bebas yaitu : Motivasi ( $X_1$ ), persepsi ( $X_2$ ) dan sikap konsumen ( $X_3$ )

##### 2. Variabel terikat (Dependen)

Variabel terikat (Dependen) adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel terikatnya adalah sikap konsumen.

---

<sup>11</sup>Suharsimi Arikunto. *Op, Cit.* hlm 201.

**Tabel 3.2**

**Variabel Penelitian dan Indikator Variabel**

<b>No</b>	<b>Devinisi Operasional</b>	<b>Dimensi</b>	<b>Indikator</b>	<b>Skala</b>
1	Keputusan pembelian adalah tindakan-tindakan yang dilakukan oleh individu atau kelompok yang berasal dari faktor internal dan faktor eksternal yang mempengaruhi konsumen dalam membeli suatu produk	Pemecahan masala dalam pembelian	1. Pilihan produk 2. Pilihan merek 3. Waktu pembelian 4. Jumlah pembelian	Likert

2	Motivasi adalah gerakan atau dorongan oleh sesuatu dari dalam diri orang tersebut.	Dari dalam diri dan dari lingkungan	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kebutuhan fisiologis</li> <li>2. Keamanan dan keselamatan</li> <li>3. Kebutuhan sosial</li> </ol>	Likert
3	Persepsi merupakan suatu proses yang timbul dari dalam dari seseorang timbul akibat adanya perasaan yang dipengaruhi oleh bentuk fisik, visual atau komunikasi verbal yang disebut stimuli atau stimulus.	Seleksi dalam membeli	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Objek yang dipersepsikan</li> <li>2. Alat indra dan susunan saraf</li> <li>3. Perhatian</li> </ol>	Likert
4	Sikap konsumen adalah cara konsumen memuusakan apa yang akan harus dibeli sesuai dengan apa yang dibutuhkan.	Merek produk dan harga produk	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Komponen kognitif (kepercayaan merek)</li> <li>2. Komponen afektif (evaluasi merek )</li> <li>3. Komponen konatif (maksud untuk membeli)</li> </ol>	Likert

#### **A. Instrument Penelitian**



Instrument penelitian yang menggunakan penelitian kuantitatif dapat berupa test, pedoman wawancara, pedoman observasi dan kuesioner. Karena dalam instrument penelitian berkenaan dengan validitas dan reliabilitas instrument, serta pengumpulan data berkenaan ketepatan dalam cara-cara yang digunakan untuk mengumpulkan data sebelum dilakukan pengukuran variabel.

### **1. Uji Validitas**

Uji Validitas merupakan suatu ukuran yang merupakan suatu ukuran yang menunjukkan tingkat keandalan atau keabsa<sup>12</sup>. Uji Validitas merupakan alat ukur yang digunakan instrumen dikatakan valid berarti menunjukkan alat yang dipergunakan untuk mendapatkan data itu valid atau digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang diukur oleh kuesiner tersebut. Uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung (*correlated item-total correlations*) dengan nilai r tabel. Jika nilai r hitung > r tabel dan bernilai positif pada signifikan 5% maka data tersebut dapat dikatakan valid. Sebaliknya, jika r hitung lebih kecil dari r tabel maka data tidak valid.

### **2. Uji Reliabilitas**

Uji Reliabilitas merupakan alat ukur untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk.<sup>13</sup> Suatu kuesioner

---

<sup>12</sup> Ghozali, *SPSS Edisi 8*, (Semarang: Univeristas Diponegoro, 2016), Hal.48

<sup>13</sup> Ghozali, *SPSS Edisi 8*, (Semarang: Univeristas Diponegoro, 2016), Hal.48

yang dikatakan handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Peneliti dalam mengukur reliabilitas dengan menggunakan *one shoot* (pengukuran hanya sekali saja) kemudian hasilnya dibandingkan dengan pertanyaan lain. suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai.<sup>14</sup> Instrument ini dinyatakan reliabel, jika korelasinya minimal 0,60.

**Tabel 3.3**

**Pedoman untuk interpretasi terhadap Koefisien korelasi**

<b>Interval Koefisien</b>	<b>Tingkat Hubungan</b>
0,00-<0,20	Sangat Rendah
$\geq 0,20$ -< 0,40	Rendah
$\geq 0,40$ -<0,70	Sedang atau cukup
$\geq 0,70$ -< 0,90	Kuat atau tinggi
$\geq 0,90$ -< 1,00	Sangat kuat atau tinggi

**B. Teknik Analisis Data**

Penelitian ini menggunakan teknik analisis data kuantitatif. Teknik ini menggunakan untuk menguji apakah terdapat pengaruh yang signifikan atau tidak antar komponen variabel terhadap keputusan pembelian produk. Teknik analisis penelitian ini dilakukan dengan data yang diperoleh dari hasil jawab kuesioner dengan menggunakan metode statistik. Data tersebut harus diklasifikasikan dalam kategori tertentu dengan menggunakan tabel-tabel untuk memudahkan dalam

---

<sup>14</sup> Romie Priyastama, *Pengelolaan Data & Analisis Data*, (Bangunharjo: PT.Anak hebat, 2017), Hal.135

mengelolah data hasil jawaban dari kuesioner dengan bantuan menggunakan program *SPSS* versi 16.0.

## 1. Uji Asumsi Klasik

Penelitian ini menggunakan empat pengujian asumsi klasik yaitu uji normalitas, linearitas, multikolinearitas, heteroskedastisitas yang akan dijelaskan sebagai berikut:

### a. Uji Normalitas

Uji Normalitas bertujuan untuk mengetahui normal atau tidaknya suatu distribusi data pada dasarnya, uji normalitas adalah membandingkan antara data berdistribusi normal yang memiliki mean dan standard deviasi yang sama dengan data kita. Uji normalitas bisa dilihat dari nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* > 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa residual menyebar normal begitupun sebaliknya apabila *Asymp. Sig. (2-tailed)* < 0,05 maka data menyebar tidak normal.<sup>15</sup> Penelitian ini menggunakan uji P-P Plot of Regression Standardized Residual yang akan dilakukan dengan membuat hipotesis nol ( $H_0$ ) untuk data berdistribusi tidak normal. Dengan uji statistik yaitu menggunakan uji statistik P-P Plot of Regression Standardized Residual. Adapun hipotesis yang dikemukakan:

$H_0$  = data residual berdistribusi normal (*Asymp. Sig* > 0,05)

$H_a$  = data residual berdistribusi normal (*Asymp. Sig* < 0,05)

---

<sup>15</sup> Agus Dan Prawoto, *Analisis Regresi Dalam Penelitian Ekonomi dan Bisnis* (Jakarta : Raja Grafindo Persada, 2016). Hlm 53

## **b. Uji Linieritas**

Uji linearitas bertujuan untuk mengetahui apakah variabel X dengan variabel Y mempunyai hubungan yang linear atau tidak secara signifikan. Uji ini biasanya digunakan sebagai prasyarat dalam analisis korelasi atau regresi linear. Pengujian dengan SPSS dengan menggunakan *Test for Linearity* dengan taraf signifikansi 0,05.<sup>16</sup> Dua variabel dikatakan mempunyai hubungan yang linear bila signifikan (*linearity*) kurang dari 0,05.

## **c. Uji multikolinieritas**

Uji Multikolinearitas bertujuan untuk melihat ada atau tidaknya korelasi yang tinggi antara variabel-variabel bebas (independen) model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas (independen).<sup>17</sup> Pengujian multikolinieritas dengan melihat besarnya tingkat kolinieritas yang masih dapat ditolerir yaitu nilai  $VIF < 10$  atau  $Tolerance > 0.10$ , hal ini menunjukkan bahwa pada model regresi terhindar dari masalah multikolinieritas.

## **d. Uji Heteroskedastisitas**

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variansi dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Jika variansi dari residual satu pengamatan ke pengamatan

---

<sup>16</sup> Esti Yuandari dan R. Topan Aditya Rahman Op, Cit. Hlm 46

<sup>17</sup> Muhammad Firdaus, *Ekonometrika Suatu Pendekatan Aplikatif* (Jakarta : PT Bumi Aksara, 2012), Hlm 176

lain tetap, maka disebut Homokedastisitas dan jika berbeda disebut Heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang Homokedastisitas atau yang tidak terjadi gejala Heteroskedastisitas. Uji statistik yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji glejser. Dengan pengambilan keputusan jika nilai T hitung  $< T$  tabel dan nilai signifikan  $> 0,05$  maka tidak terjadi gejala heteroskedastisitas, dan jika nilai T hitung  $> T$  tabel dan nilai signifikan  $< 0,05$  maka trjadi heteroskedastisitas.

## 2. Uji Regresi linear Berganda

Analisi regresi linear berganda merupakan hubungan secara linier antara dua atau mempunyai langkah yang sama dengan analisis regresi linear sederhana. hanya disini analisisnya variabel bebas disamping itu analisis regresi berganda lebih banyak didasarkan pada asumsi.

Penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda karena variable independennya lebih dari satu variable. Untuk mengetahui pengaruh satu variabel bebas (independent) yaitu dari motivasi ( $X_1$ ) persepsi ( $X_2$ ) Sikap konsumen ( $X_3$ ) berpengaruh terhadap variabel terikat yaitu keputusan pembelian ( $Y$ ). Adapun persamaan regresi linier berganda dapat dituliskan sebagai berikut.

$$Y=a+b_1X_1+b_2X_2+b_3X_3$$

**Keterangan :**

Y = Keputusan Pembelian (dependen)

X<sub>1</sub> = Motivasi ( Independen)

X<sub>2</sub> = Persepsi ( Independen)

X<sub>3</sub> = Sikap konsumen ( Independen)

a = Nilai konstanta perpotongan garis pada sumbu x

b<sub>1</sub> = Koefisien regresi variabel X<sub>1</sub>

b<sub>2</sub> = Koefisien regresi variabel X<sub>2</sub>

b<sub>3</sub> = Koefisien regresi variabel X<sub>3</sub>

### 3. Uji Hipotesis

Uji hipotesis adalah untuk menguji kebenaran hipotesis yang telah disusun berdasarkan data penelitian pengujian yang bertujuan untuk mengetahui apakah kesimpulan pada sampel dapat berlaku untuk populasi (dapat digeneralisasikan). perhitungan statistik disebut signifikan secara statistik apabila nilai uji statistiknya berada dalam daerah kritis (daerah dimana H<sub>0</sub> ditolak). Sebaliknya disebut tidak signifikan bila nilai uji statistiknya berada dalam daerah dimana H<sub>0</sub> diterima.

#### a. Uji Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

Uji koefisien determinasi digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan dalam model menjelaskan variasi dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara 0 dan 1. Nilai R<sup>2</sup> yang kecil berate kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas. Nilai yang mendekati 1 berarti variabel-variabel

independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

Nilai koefisien determinasi mempunyai interval nol sampai satu : ( $0 \leq R^2 \leq 1$ ). Jika Nilai  $R^2$  yang mendekati 1 berarti besarnya persentase sumbangan  $X_1$ ,  $X_2$ , dan  $X_3$  terhadap variasi ( naik-turunnya )  $Y$  secara bersama-sama adalah 100%. Hal ini menunjukkan bahwa apabila koefisien determinasi mendekati 1, maka pengaruh variabel independen terhadap variabel dependennya semakin kuat, maka semakin cocok pada garis regresi untuk diramalkan  $Y$ .<sup>18</sup>

#### **b. Uji Hipotesis secara simultan (UJI F)**

Uji Statistik F pada dasarnya memiliki tujuan untuk menguji apakah semua variabel independen secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen. Kriteria dalam Uji F adalah sebagai berikut .<sup>19</sup>

1. Taraf signifikan  $\alpha = 0,05$
2. Nilai F tabel dengan db = n - k - 1
3.  $H_0$  akan ditolak jika F hitung > F tabel artinya variabel independen (X) secara simultan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen (Y)

---

<sup>18</sup> Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Dengan Program IBM SPSS Edisi ke-5*, (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2011), hlm. 142

<sup>19</sup> Maman Abdurahman Dkk, *Dasar-Dasar Metode Statistic Untuk Penelitian* (Bandung : CV.Pusaka Setia, 2012), Hlm 205.

**c. Uji hipotesis secara parsial (Uji Statistik t)**

Uji T atau uji Parasial yang digunakan untuk melihat signifikan pengaruh dari variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y). Uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara parsial akan menerangkan variabel dependen. Pengujian ini dilakukan dengan keyakinan 95% dengan kriteria menggunakan signifikan level 0,05 ( $\alpha = 5\%$ ) penerimaan atau pendekatan hipotesis dilakukan dengan kriteria sebagai berikut :

1. Nilai t tabel dengan  $db = n - k - 1$
2. Jika nilai signifikan  $< 0,05$  maka hipotesis ditolak (koefisien regresi tidak signifikan) ini berarti secara parsial variabel independen tidak mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen.
3. Jika nilai signifikan  $> 0,05$  maka hipotesis diterima (koefisien regresi signifikan), ini berarti secara parsial variabel independen mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen.